



# 工務店が生き残る道 =インターネット集客を究める

(求工会講師：千葉県千葉市 株式会社玉川ホームズ 社長)

たまがわ

かずひろ

玉川 和浩

## 「営業マン不要論」

### ★【営業マン】不要論★ (パート5)

みなさん、こんにちは。引き続き玉川です。今月も【営業マン不要論】の続きです。

【営業マン不要論】はあくまでも「高額物件」受注の方法論です。「価格勝負」のローコスト住宅の場合、このような手法をとる必要はありません。その点、ご注意ください。

さて、前回の続きとなるのですが、【営業マン不要論】を実践していくため、下記の項目を実施していただく必要があります。

- 1) ・ 顧客名簿の管理は会社がおこなうこと⇒見込み客の管理を営業マンにやらせないこと。
- 2) ・ 家造りの説明を営業マンにやらせないこと。  
⇒営業マンの能力の違いにより、それぞれが説明する内容が微妙に違ってきます。
- 3) ・ 営業マンが必要な業務部分を具体的に明確にすること。  
⇒従来の営業マンがおこなっていた業務内容の中には「必要な部分」があります。  
その必要な部分を「営業マンがおこなうのか？」もしくは「他の誰かがおこなうのか？」を決定する必要があります。  
それを判断するには、「営業マンの業務内容を明確に細分化する作業」が必要になります。

さて、今回も

#### 1) 顧客名簿の管理は会社がおこなうこと

の説明を続けます。前回の宿題である「質問の回答」は見つけ出しましたか？

【質問】

- 営業マンは、どんな判断基準でアプローチするお客様を選ぶと思いますか？
- 「営業マンがアプローチするお客様の選定基準」は社内で明確に文章化されていますか？
- あなたはどんなお客様にアプローチしていますか？自分の判断基準は何ですか？

私は現役営業マンです。私もお客様をイベントにお誘いする作業を毎日おこなっています。ですから、上記の質問については明確にお答えすることができます。

【質問】

- 営業マンは、どんな判断基準でアプローチするお客様を選ぶと思いますか？

「回答」

◎ ・ 「経験と勘」という判断基準を有する。  
ちなみに、営業マンがよく使う「経験と勘」という言葉を細分化していくとこうなります。

- ・ ・ 訪問しやすい客は良い客だ。
- ・ ・ 私の話を聴いてくれる客は良い客だ。
- ・ ・ 積極的にいろいろな話をしてくれる客は良い客だ。
- ・ ・ 良い客を訪問するのが成約につながる。

【質問】

- 「営業マンがアプローチするお客様の選定基準」は社内で明確に文章化されていますか？

「回答」

◎ABCランクなどの分類方法によって明文化されています。（土地有り客に限る）  
しかし、ABCランクを決定するのは、上記のように「経験と勘」という判断基準を有する営業マンであることを忘れてはならない。

【質問】

●あなたはどんなお客様にアプローチしていますか？自分の判断基準は何ですか？

「回答」（私：玉川和浩の場合）

◎相性がよい方

さて、みなさんの回答はいかがですか？  
また、営業マンに実際に聞いてみた方はいませんか？その答えはどうでしたか？  
おそらく、

「玉川さん、当社はもっと厳格な規定が存在します。営業マン個人の判断では決まりません。  
たとえば、〇〇〇という基準があります。」とか

「新規のお客様が発生した日が基準となります。その後、最低3回は訪問/面談をおこないます。  
その際チェックするポイントは▲▲▲でして、これを【3回ジャッジ】と言います。」  
などなど、実際に細かなルールを設定している会社も存在します。

そうなのです。会社によって回答内容はバラバラです。たった一つだけの正解は存在しないようです。  
つまり、今回の宿題の回答はたくさん存在します。判断基準もバラバラです。  
しかし、それらの回答は前提条件として「営業マンは最大限の能力で真実を見抜こうと努力している」という極めて性善説的な解釈が必要とされます。

ところが、以前ご説明したように「営業マンはウソをつく」⇔「営業マンが報告することは真実とは限らない」のですから、根本的にこの前提条件が成り立ちません。

さあ、ここで考えてみてください。

下記の2つの点を考慮すると、どんな方法で「アプローチするお客様の選定基準」を確立したらよいと思いますか？

- 1) 「営業マンはウソをつく」⇔「営業マンが報告することは真実とは限らない」
- 2) 「アプローチするお客様の選定基準」は明確にしなければならない。

このテーマには明確な答えがあります。それは、

**「お客様の行動内容を基準にして、アプローチするお客様を決定すること」**

例えば、上司からこんな命令が出たとします。

「全く人と話をしないで杉花粉症に悩んでいる人を連れてきなさい！」

真夏にこんな命令を出されても非常に困ってしまいます。

外見だけからどうやって判断したらよいのか……………。

ところが、この時期（3月ごろ）であれば簡単に解決できます。薬局の中で、花粉症の薬が陳列されている場所の近くに立って、花粉症の薬を購入する人を待ち受ければよいのです。

つまり、お客様の【行動】によって【お客様の本音】を推測し、【行動パターン・内容】をもとに「アプローチする時期なのかどうか？」を判断するのです。

これは凄く重要なことです。

【営業マン不要論】の基本原則です。

「行動によってお客様の現在の状況を判断する」ことが基本原則となった場合、見込み客の管理を会社がおこなう必要があります。

**なぜでしょうか？**

（続きは次号で！）